

4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Вильямс, 2004. – 655 с.
5. Липсиц И. В., Ойнер О. К. Маркетинг-менеджмент: учебное пособие / И. В. Липсиц, О. К. Ойнер. – М.: Изд-во Юрайт, 2016. – 379 с.
6. Мазурина Т. А. Дизайн визуального стиля бренда: теория и методология / Т. А. Мазурина // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 5 (48). – С. 190–194.
7. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / А. Уиллер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 235 с.
8. Чепурова О. Б., Туйсина Д. М. Брендбук как средство корпоративной культуры (на примере свода создания единых правил использования фирменного стиля в Оренбургском государственном университете) / О. Б. Чепурова, Д. М. Туйсина // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2007. – № 11. – С. 146–156.
9. Шайхулов Р. Н. Брендбук как составляющая имиджа и конкурентоспособности образовательного учреждения (анализ состояния корпоративного стиля Нижневартковского государственного университета) / Р. Н. Шайхулов, О. В. Корбут // Восемнадцатая всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета. – 2016. – С. 1806–1810.
10. Aaker D. Leveraging the Corporate Brand / D. Aaker // California management review. – 2004. – Vol. 46, № 3. – P. 6–18.
11. D'Alessandro D. Brand warfare. 10 rules for building the killer brand / D. D'Alessandro. – McGraw-Hill, 2001. – 204 p.

*Ю. Н. Водолеева*

**Критерии отбора изобразительных материалов бильд-редактором  
при создании креолизованных текстов  
(на материале современных электронных СМИ)**

**Аннотация:** в статье обозначена тенденция к увеличению доли визуального контента на страницах современных электронных СМИ. Разработана и аргументирована система критериев, на которые опирается специалист по иллюстрациям при выборе изобразительного ряда для публикации на сайте российского информационного агентства.

**Ключевые слова:** *креолизованный текст, бильд-редактор, визуализация, фотография, изображение.*

**Criteria for the selection of fine materials Bild-editor  
when creating a creolized texts (based on modern electronic media)**

**Abstract:** the article indicates a tendency to increase the share of visual content on the pages of modern electronic media. A system of criteria was developed for photo editor in order to choose an image series for publication on the website of the Russian news agency.

**Keywords:** *creolized text, photo editor, visualization, photography, image.*

Фотография порой способна показать больше, чем слово. Наглядное представление о мире – причина, по которой тексты в различных формах публикации дополняются иллюстрациями. В настоящее время страницы электронных средств массовой информации (СМИ) наполняются всевозможными изобразительными материалами. Одним из ярких примеров использования креолизованных текстов в сетевой журналистике является сайт российского информационного агентства ТАСС (<http://tass.ru>).

Термин «креолизованный текст» был предложен в конце XX века российскими психолингвистами Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым и трактовался как текст, фактура которого состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) [Сорокин, Тарасов, 1990: 180]. Изучение креолизованных текстов – активно развивающееся направление современной лингвистики.

Цель публикации заключается в разработке системы критериев, которыми руководствуется специалист по иллюстрациям при создании креолизованных текстов в электронных СМИ.

Материал составляют новостные публикации на сайте информационного агентства ТАСС.

Над оформлением страниц электронного СМИ работает целая команда, но именно бильд-редактор (в профессиональной среде также «фоторедактор») определяет внешний вид конечного новостного продукта. Основная задача бильд-редактора (от нем. Bild – изображение, картинка, иллюстрация) – «поиск и подбор иллюстративных материалов, которые бы в полной мере соответствовали концепции того или иного издания» [Исаева, 2012: 28].

Зона ответственности бильд-редактора определяется уровнем его профессионализма, зависит от размера штата, формы организации труда, а также от политики руководства редакции. В большинстве изданий список должностных обязанностей бильд-редактора включает в себя поиск и подбор фотоиллюстраций для текстовых материалов, работу с фотоагентствами, фотобанками и фотографами, обеспечение соблюдения авторских прав, обработку снимков, создание фотоисторий (фотогалерей), организацию съемок, сопровождение спецпроектов. В ряде случаев бильд-редактор участвует в создании инфографики и несет ответственность за некоторую «бумажную» работу (заключение договоров и прочее). Насколько бы ни был широк круг рабочих задач фоторедактора, все они подчиняются единой цели – созданию визуального образа издания.

Предмет данного исследования составляют принципы, по которым создается креолизованный текст для сайта информагентства, и критерии подбора бильд-редактором изобразительных материалов: фотографий, фотогалерей, стоп-кадров и т. д.

Можно выделить пять основных параметров, на которые фоторедактор обращает внимание при выборе иллюстрации: соответствие теме, художествен-

ное исполнение, эмоциональный посыл, технические характеристики фотографии, а также правомерность использования изображения.

В первую очередь, бильд-редактор, получая задание на публикацию изображения к новости (или же принимая самостоятельное решение о необходимости визуализации текстового сообщения), внимательно читает и анализирует заголовок и содержание журналистского материала.

Заголовок сообщения информационного агентства, отвечая требованиям новостной журналистики, лаконично отражает все необходимые для читателя предметы и аспекты ситуации: события, персоны, организации, природные явления и т. п. Таким образом, бильд-редактор в большинстве случаев получает необходимую информацию из первой строки текста. Это способствует поддержанию максимальной оперативности при работе в стремительно бегущем информационном потоке. Однако количество символов в заголовке, которое отводится редакторской панелью управления сайтом, не всегда дает возможность передать основную мысль сообщения в полном объеме, поэтому для соблюдения данного критерия выбора иллюстрации фоторедактору необходимо не упускать из вида текстовый блок.

Изображение добавляет наглядности вербальной части, дополняет ее, поддерживает ее содержание, показывает новое, разъясняет неизвестное. Например, новость ТАСС «Фрегат «Адмирал Макаров» передадут Черноморскому флоту РФ в ноябре этого года» (<http://tass.ru/armiya-i-oprk/4328778>) проиллюстрирована снимком, изображающим фрегат «Адмирал Макаров», чтобы читатель смог увидеть, что из себя представляет предмет речи. «... хорошая фотография – это документальное изображение фрагмента реальности, эстетически адекватное изображенной ситуации и не более того. В фотографии, как, впрочем, и в любых других искусствах, форма есть лишь способ передачи содержания. И если что-то делается только ради формы, произведение не может быть полноценным», – пишет историк фотографии и фотожурналистики В. А. Никитин [Никитин, 2011]. Ту же мысль выражает фотохудожник А. А. Колосов: «По большому счету, вся документальная фотография и опубликованные в качественных СМИ фотоиллюстрации должны выполнять, в первую очередь, информационную и/или репрезентационную функцию. Их основную цель, декларируемую большинством современных исследователей и теоретиков фотожурналистики, можно сформулировать так: фотография в печатных СМИ должна информировать, облекая в оригинальную и удобочитаемую форму то, что, по сути, представляет собой не поддающуюся количественному учету сумбурную, неструктурированную, неоформленную реальность» [Колосов, 2007].

Другой важный критерий выбора иллюстрации – художественная ценность изображения. Фотография – искусство, которое опирается на принципы живописи и графики и в котором композиция и художественный образ создаются при помощи синтеза технических, изобразительных и выразительных средств [Абросимова, 2015: 217]. Профессиональный подход бильд-редактора подразумевает использование качественных с позиции визуального искусства снимков: выверенная композиция, игра с планами, светом и цветом. Другими

словами, важна внешняя привлекательность изображения, которую сумел создать фотограф, а фоторедактор, в свою очередь, отыскал среди бесконечных архивов фотобанков. Бильд-редактор также применяет креативный подход при создании так называемых фотогалерей – историй, «рассказанных» посредством снимков, объединенных общей идеей. В некоторых случаях решить творческую задачу возможно лишь через такие фотоподборки [Ворон, 2008: 47]. В качестве примера иллюстрирования на сайте ТАСС приведем визуализацию новости о жертвах стихии в Шри-Ланке (<http://tass.ru/proisshestviya/4295909>). Здесь опубликована фотогалерея, показывающая последствия наводнений и оползней с различных ракурсов: разрушенные до основания дома, поваленные деревья, люди по пояс в мутной воде, спасательные операции, затопленные улицы, снятые из иллюминатора вертолета.

Эмоциональная составляющая изображений также учитывается при создании визуального ряда. Одна из задач иллюстрации – привлечь читателя, завладеть его вниманием. Человека притягивают изображения, в которых ощущается сопричастность автора к явлениям жизни, с ее болью, счастьем, размышлениями и заботами. Ладислав Ноэл в книге «Два полюса фотографии» 1976 года проводит сравнение особенностей информационной и эмоциональной фотографии. Историк и теоретик отечественного фотоискусства С. А. Морозов, рассказывая об этом эксперименте, приходит к выводу: «Фотография остается средством документальной информации. Но если она выступает в форме «эстетизированной информации», то объявляет о себе как о методе метафорического мышления» [Морозов, 1989: 293].

Технические требования к фотографиям выглядят по-разному в изданиях различных форматов. Особенно существенны различия при сравнении характеристик для публикации изображения в черно-белой газете, полноцветном глянцево-м журнале или на площадке в интернете. Бильд-редактор знаком с требованиями в своем издании и не может их игнорировать, так как от этого зависит отображение иллюстрации в том виде, в котором его увидит читатель. Оно должно быть достаточного размера (в пикселях для растровых изображений), необходимого разрешения (измеряется в количестве точек на дюйм). Кроме того, в публикацию не пойдет фотография, если она нерезкая, засвеченная, слишком темная или имеет другие технические недочеты, которые не поддаются коррективке.

Крупные фотоагентства, с которыми сотрудничают информационные агентства (такие, как, например, американское Associated Press, европейское European pressphoto agency, российская Фотохроника ТАСС и другие) предъявляют высокие требования к качеству материалов, загружаемых в свои фотоархивы. Подавляющее большинство снимков, публикуемых на страницах ведущих электронных СМИ, предоставляется такими банками иллюстраций, поэтому в данном случае вопрос о технических параметрах изображения не встает перед специалистом, занимающимся визуализацией портала.

Современное развитие технологий позволяет каждому рядовому жителю мегаполиса, где бы он ни находился, сделать фотографию и оперативно отпра-

вить ее по сети, достаточно лишь нажать на пару кнопок в смартфоне. С одной стороны, такая гражданская журналистика расширяет возможности профессионального сообщества, работающего над новостным контентом. С другой стороны, изображения, создаваемые непрофессионалами, обычно уступают по качеству кадрам, сделанным специалистами при помощи профессиональной техники. Тем не менее, в угоду оперативности и актуальности и такие снимки часто используются на сайте информагентств, если они отвечают критериям тематического соответствия, смысловой нагрузки, адекватного отображения события, а также минимальным техническим требованиям, предъявляемым к изображению для публикации.

Важным критерием при выборе фотоматериалов выступает правомерность использования изображения. Фотография в России является объектом, охраняемым авторским правом, в соответствии со статьей 1259 Гражданского кодекса Российской Федерации [ГК РФ]. Бильд-редактор несет ответственность за соблюдение положений Закона.

Использование фотоматериалов является законным, если иллюстрация приобретается по всем правилам в фотобанке или на авторитетном фотостоке, или загружается из архива фотоагентства, с которым у издания заключен долгосрочный договор, или получена от пресс-служб официальных структур (например, МВД, МЧС и т. д.). Редактору необходимо соблюдать особую осторожность при использовании кадров, найденных на просторах интернета, в социальных сетях или полученных от очевидца происшествия. Специалист по иллюстрациям в обязательном порядке должен получить от автора изображения письменное согласие на использование перед тем, как опубликовать данные фотоматериалы. Кроме того, строго соблюдается правило копирайта (от англ. *copyright* – «авторское право»), когда каждый снимок сопровождается подписью с указанием имени автора изображения и/или организации, обладающей правами на данную фотографию.

Следовательно, визуальная составляющая новостного контента играет важную роль при передаче оформителем и принятии информации читателем, повышая смысловую нагрузку текста, уточняя неназванные детали, эмоционально усиливая влияние сообщения на адресата, удерживая его внимание и облегчая восприятие больших объемов текста. Создание невербальной части креолизованных текстов электронных СМИ – процесс многоплановый, требующий от специалиста трепетного отношения к иллюстрации, коррелирующей с вербальным наполнением материала. Мнения ученых и практиков позволяют сформулировать ключевые критерии, которыми должен руководствоваться бильд-редактор при подборе изобразительного ряда для публикации на страницах информагентства. К ним относятся: смысловое тождество визуальных компонентов и темы, заявленной в тексте журналистского материала, зрительная привлекательность снимков, их эмоциональная выразительность, соответствие технических характеристик фотографии требованиям, предъявляемым форматом издания, а также законность использования авторских изображений.

## Список литературы

1. Абросимова Н. В. Понятие фотографии и факторы создания художественного фотообраза / Н. В. Абросимова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2015. – № 1. – С. 215–224.
2. Ворон Н. И. Эволюция журнальной фотоиллюстрации / Н. И. Ворон // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2008. – № 2. – С. 39–51.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть четвертая от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ (ред. от 3 июля 2016 г., с изм. от 13 декабря 2016 г. с изм. и доп., вступ. в силу с 1 января 2017 г.). – <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 13.06.2017).
4. Исаева Н. В. Новые лица на рынке труда: словарь-справочник / Н. В. Исаева. – М. : Флинта, Наука, 2012. – 194 с.
5. Колосов А. А. Новый взгляд на жанры фотожурналистики / А. А. Колосов. – <http://www.relga.ru> (дата обращения: 13.06.2017).
6. Морозов С. А. Творческая фотография / С. А. Морозов, 3-е изд. – М. : Планета, 1989. 418 с.
7. Никитин В. А. Хорошая фотография – критерии оценки. История вопроса / В. А. Никитин. – <http://www.photographer.ru> (дата обращения: 13.06.2017).
8. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. М. : Ин-т языкознания РАН, 1990. С. 180–181.

*С. В. Гуськова*

## Электронная библиотека как перспективный канал книгораспространения<sup>1</sup>

**Аннотация:** в статье анализируются особенности такого актуального в России феномена, как электронная библиотека, которая является эффективным каналом распространения информации, в частности книжного знания. На примере частного («Библиотека Максима Мошкова») и государственного («Президентская библиотека», ФГБУ «Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина») проектов уточняются ключевые принципы работы электронных библиотек, их преимущества и недостатки в сравнении с классической формой существования библиотеки. Выявлены проблемные вопросы в организации и развитии деятельности электронных библиотек. Обозначены перспективы развития электронных библиотек в России и точки их жизнеспособности.

**Ключевые слова:** библиотека, электронная библиотека, канал книгораспространения, мультимедийные базы данных.

---

<sup>1</sup> Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект «Журналистика Тамбовского края: прошлое, настоящее и будущее» № 17-14-68002 а(р).